

Verslaðu  
tímanlega  
fyrir jólin!



# Áskoranir

## í heildverslun og smásölu

Thomas Möller

**RYMI** 75 ÁRA  
1936-2011  
OFNASMÍDJAN

[www.rymi.is](http://www.rymi.is)



# Áfangar.....áskoranir:

- 1854 – frjáls verslun
- 1882 – kaupfélag
- 1906 – síminn
- 1914 – siglingar
- 1950 – höft
- 1959 - kjörbúðir
- 1961 – frjálst verðlag
- 1970 - EFTA
- 1974 – strikamerkin
- 1977 – síðasta mjólkurbúðin
- 1980 – kreditkortíð
- 1989 – lágvöruverslunin
- 1994 – EES
- 1995 – netið



# Áskoranir í dag:

1. Netverslun
2. Breytt aðfangakeðja
3. Einkamerki
4. Dreifingarmiðstöðvar



# Áskoranir í dag:

## 1. Netverslun



# Stytting virðiskeðjunnar = hnattræn þróun fækkun milliliða !!

- Netverslun með vörur og þjónustu
- Stafrænar vörur – tónlist, myndir, leikir ofl
- Video on Demand
- Sjálfsafgreiðsla allstaðar
- “global sourcing”



„digital generation“ – hvað gerir hún?

# Samt ...

- ...lifa ferðaskrifstofur
- ...er gróska í bókaútgáfu
- ...er tónlistarlíf í blóma
- ...blómstra góðar heildsölur
- ...hagnast verslanakeðjur
- ..... Lifa hverfisverslanir góðu lífi



**„On line“ eða „On Site“**

# Viðbrögð smásölnunnar við netverslun ?

- Verslun + netverslun + keyra heim eða kúnninn sækir
- Að versla = verður að vera **UPPLIFUN !**
- Betri framstilling og ferskleiki – öll skilningarvitin eru opin !
- Meiri upplýsingar og ráðgjöf
- **„differentiate or die“**



# Stærstu vefverslanirnar

5 af 7 reka einnig verslanir

1 [Amazon](#)

- Mass Merchant

2 [Staples](#)

- Office Supplies

3 [Apple](#)

- Computers / Electronics

4 [Dell](#)

- Computers / Electronics

5 [Office Depot](#)

- Office Supplies

6 [Walmart](#)

- Mass Merchant

7 [Sears](#)

- Mass Merchant



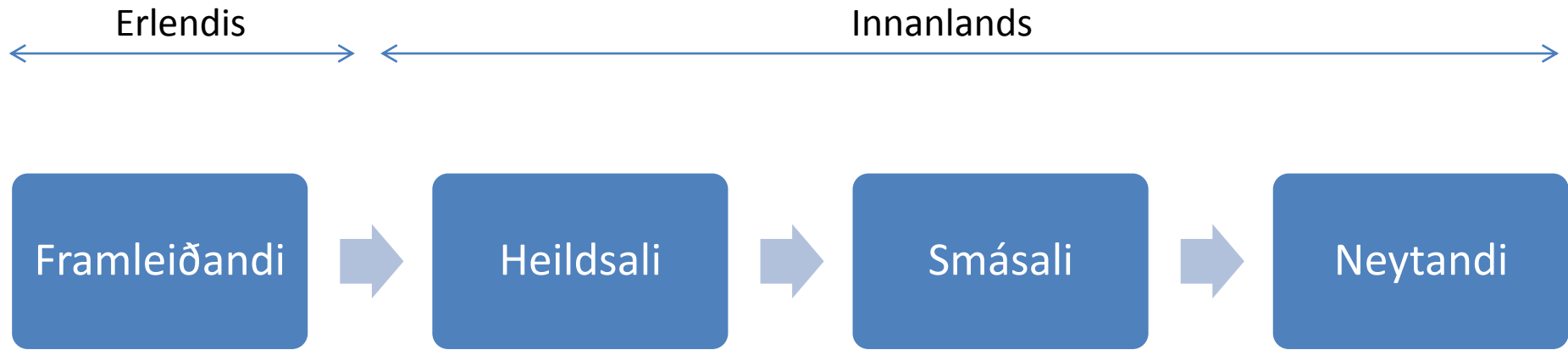


Áskoranir í dag:

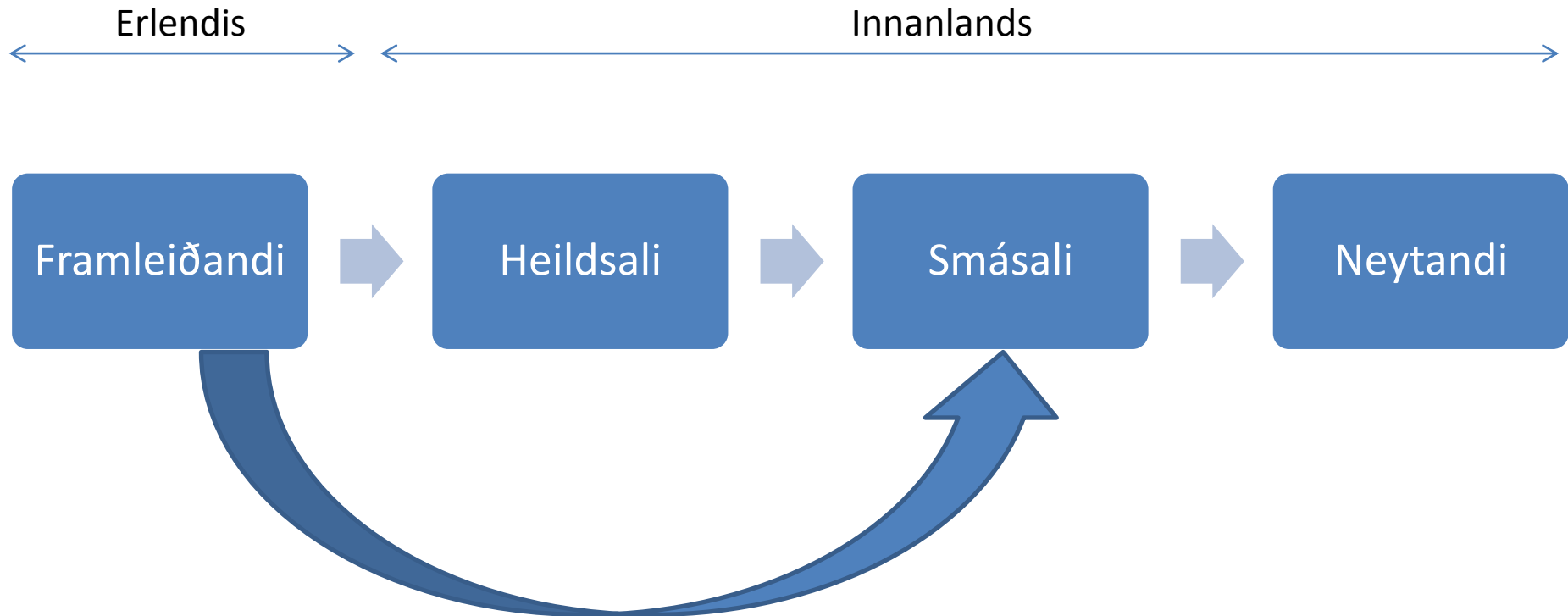
## 2. Aðföng hjá smásöllum



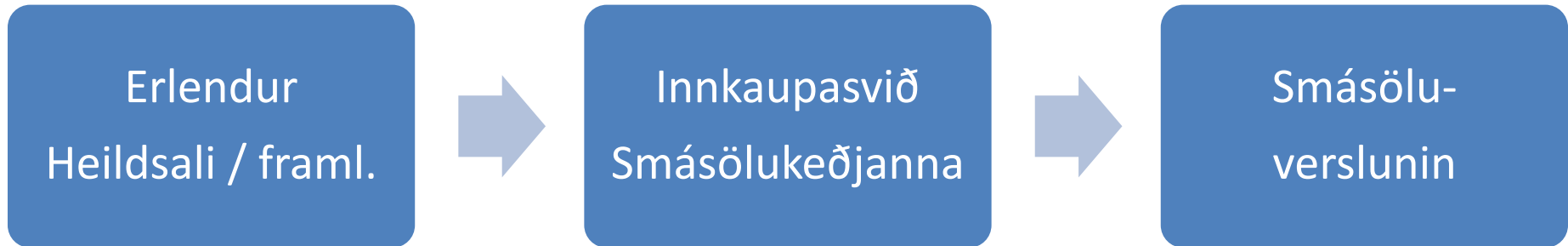
# Hefðbundin leið vöru



# Ný leið vöru



# „global sourcing“




Matur - drykkir  
Snyrtivörur  
Ritföng  
Fatnaður  
Búsáhöld  
Leikföng  
Verkfæri  
Ofl.

7.11.2011

Dæmi:  
Hagar -Aðföng  
Kaupás - Bakkinn  
Samkaup - Búr/Vöruhótel Samskip  
Byko  
Húsasmiðjan  
Kostur  
Múrbúðin

# Viðbrögð heildsölnunnar ?

- Lækka kostnað !!
  - Meiri þjónusta !!
  - „partnership“ við birgja
  - Meira samstarf við smásölnuna
  - Hagstæðari flutningar
- 
- Betri og hraðvirkari lagerkerfi - betra skipulag og tækni
  - Sjáanlegri kostnaður – „logistics“ fyrirtæki með sér tekjur
  - Betri birgðastýring – meiri veltuhraði...5 er ekki nóg!
  - Meira “merchandizing” í versluninni - framstillingaraðstoð
  - Fókus á virðisaukandi hlutverk heildsölnunnar

Áskoranir í dag:

### 3. Einkamerki – „private label“



# Þróun einkamerkja

- 80-90% af sölu Aldi og Lidl í Evrópu
- 40-50% af sölu Wal-Mart og Tesco
- 16% í USA og 22% í Evrópu, ört vaxandi!



# Einkamerki –“private label“ á Íslandi

- **Innflutt einkamerki** - dæmi:

- Ítalía hjá Hagkaup
- Euroshopper hjá Bónus
- Xtra hjá Samkaup
- First Price hjá Krónunni

- **Innland** (framleitt fyrir..)

- Bónus - vörur
- Krónu vörur
- Nettó : Okkar
- Kostur – vörur
- FK - vörur
- Hagkaups- vörur
- Þín verslun - vörur
- BYKO vörur
- Húsasmiðju vörur





# Kostir við „brand“

- Markaðssetning kostuð af heildsala
- Auðveldari kaupákvörðun hjá neytendum
- Brand = gæði + ímynd + tilfinningar
- Strangar reglur um notkun vörumerkja
- Skilaréttur



# Vörumerki – „brand“

- Ókostir fyrir smásalann
  - Minni framlegð ?
  - Verðsamanburður auðveldari ?
  - Samkeppnisaðilar bjóða sömu merki
  - Heildsali hefur áhrif á framsetningu í verslun



# Kostir við einkamerki

- Smásalinn ræður ferðinni
- Ódýrari markaðssetning
- Smásalinn sér um sölustarf
- Eykur „store loyalty“
- Hagkvæmni stærðar í innkaupum
- Frelsi í framsetningu
- Minni verðsamanburður ?



# Viðbrögð vörumerkjanna ?

- Huga að „added value“ vörumerkisins
- Fá enn betri verð hjá birgjum og flutningsaðilum
- Bæta aðfangakeðjuna – aukið þjónustustig
- Bæta framsetningu í verslun
- Aðstoða við markaðssetningu
- Auka þjónustustig



# Áskoranir í dag:

## 4. Dreifingarmiðstöðvar



# Hefðbundin leið vöru

Lager  
framleiðanda  
eða heildsala

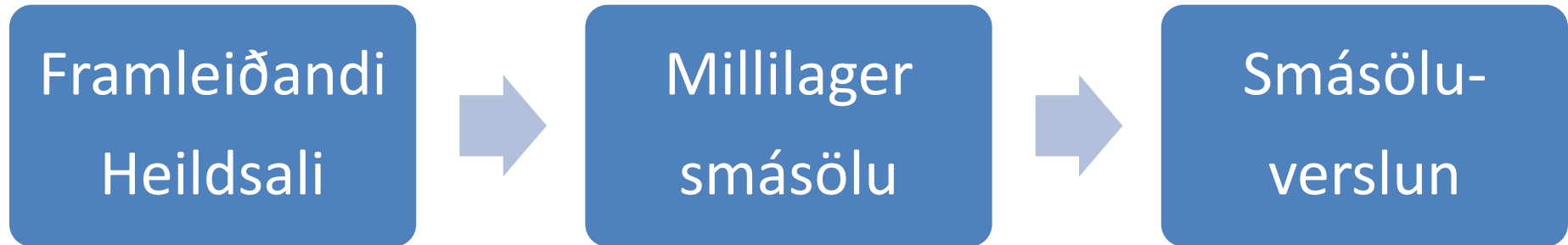


Lager í  
smásöluverslun

Innes  
Ölgerðin  
Isam  
Asbjörn  
Ora  
OJK  
MS  
Vífílfell  
ofl

Hagar  
Norvik  
Samkaup  
FK  
Melabúðin  
Kostur  
Víðir  
ofl

# ...eða gegnum millilager



Aðföng/Hýsing fyrir Haga  
BÚR/Samskip fyrir Samkaup  
Bakkinn fyrir Norvik / Kaupás  
Vöruhótel Eimskipa  
Vörumiðstöð Samskipa

# Báðar leiðir eru notaðar í dag





# Dreifingarmiðstöðvar á Íslandi



INNES EHF.



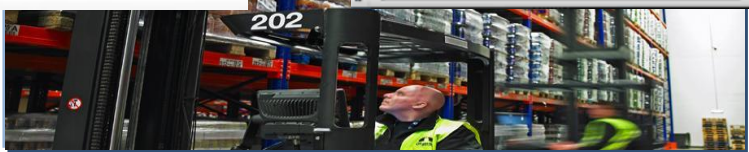
**HYSING**

Vöruhótel

Skútuvogur 9, 104 Reykjavík, sími 5305680, fax 5305690



**BÚR**



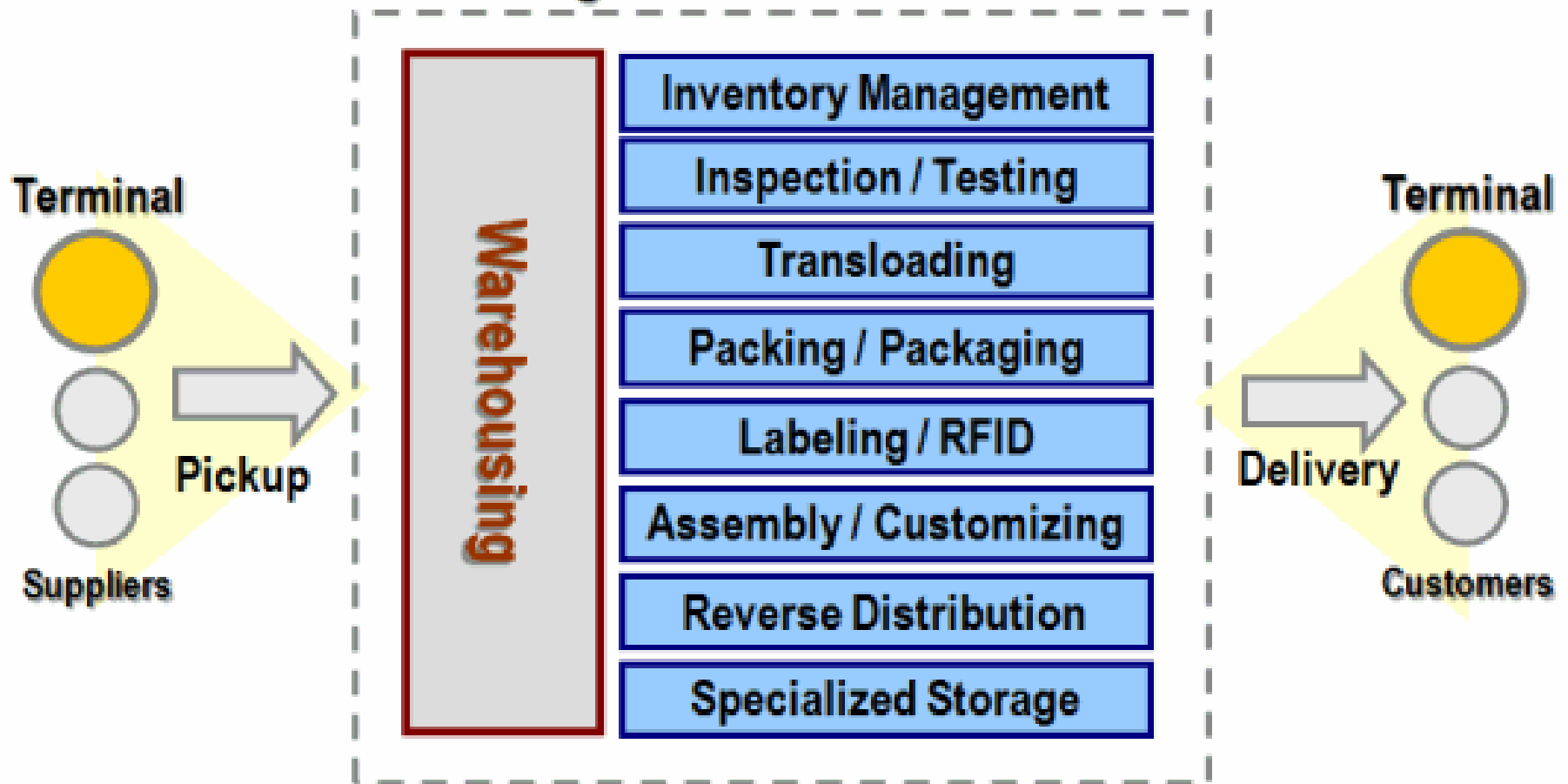
# Kostir miðlægs lagers:

- Nákvæmari innkaup
- Minni birgðir í kerfinu
- Kostnaður verður sjáanlegri
- Lagerpláss almennt ódýrara en búðarfermetri
- Keðjur með margar búðir
- Sparar vinnu í versluninni
- Færri vörumóttökur í versluninni



# Logistics services – sbr Hýsing

## Freight Distribution Cluster



# Beint í búð - án viðkomu á millilager hentar ...

- Ein verslun – engin keðja
- Allar búðir á litlu svæði – td Rek svæði
- Ferskvara, grænmeti, kjöt, ávextir ofl
- Þörf fyrir hraða á markað – tölvuleikir ofl
- Hröð velta
- Ekki þörf á að merkja eða umpakka.



# Áskoranir í dag:

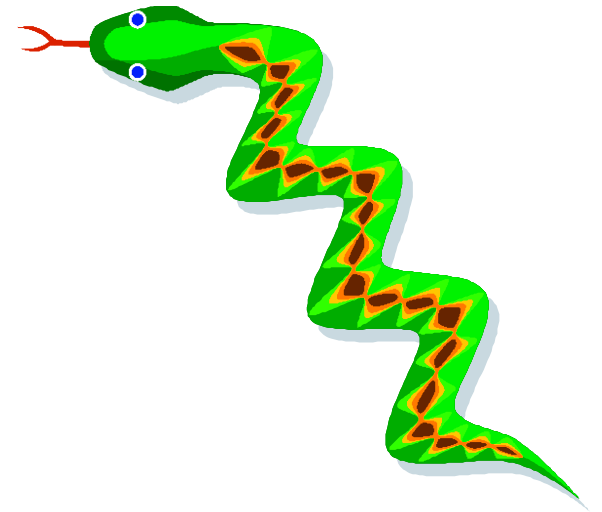
1. Neytendur kaupa vörur sjálfir á netinu
2. Smásalar flytja vörur inn sjálfir
3. Smásölukeðjur með eigin vörumerki
4. Smásölukeðjur nota miðlægar dreifingarstöðvar



The best strategy is to be **adaptive**

„It is not the strongest species that survive,  
nor the most intelligent, but the ones most  
responsive to change”

Charles Darwin



# Verzlunin – punktar frá Frank Rehme

## Metro Systems/REAL

- Skýr markmið hvað varðar markhóp verslunarinnar
  - Stattu við gefin loforð - láttu verslunina tala við viðskiptavininn
  - Vertu öðruvísi – skapaðu sérstöðu sem markhópnum líkar við.
- Inngangur verslunar þarf að segja: „welcome“
  - Markaðstorg við innganginn- engar hindranir
  - Skýr skilaboð um skipulag – með litakerfi (kjöt er rautt!)
- „need to have/nice to have“-vörur
  - Skylduinnkaup fremst , „reward“ vörur síðast í hringferðinni
  - Dæmi: Tannhirða er skylda, snyrtivörur eru verðlaunavörur
- Verslunin þarf að segja sögu þegar gengið er um hana
  - Fyrst morgunmaturinn, síðan máltíðir, svo snakk.....
  - Ljúka ferðinni á fatnaði, lúxus, snyrtivörum og leikföngum
- Togið kúnnann gegnum alla verslunina
  - Skylduvörur á ystu köntum – lengst frá inngangi (t.d. mjólkurvörur)
  - Reynið að hægja á umferðinni þannig að fólk staldri lengur við
- „shopping“ eða bara „purchasing“ - verslunarferðin verði upplifun !
  - Fólk eyðir meira ef það er „shopping“, eins og í sumarfríinu.
  - Tilfinning ræður flestum innkaupaákvörðunum – gerðu kúnnann að „fan“ sbr Apple
- Lyktin er öflugasta skilningarvitið
  - Ekki hafa bakarí og þvottaefni á sama svæði
  - Þrif eru mikilvægust – ólykt er „nr 1 turnoff“ – snákurinn í búðinni sem fælir frá.



**real**



*Baby Mops*

★ *Make your children work for their keep*

After the birth of a child there's always the temptation to say "Yes, it's cute, but what can it do?" Until recently the answer was simply "lie there and cry", but now babies can be put on the payroll, so to speak, almost as soon as they're born.

Just dress your young one in Baby Mops and set him or her down on any hard wood or tile floor that needs cleaning. You may at first need to get things started by calling to the infant from across the room, but pretty soon they'll be doing it all by themselves.

There's no child exploitation involved. The kid is doing what he does best anyway: crawling. But with Baby Mops he's also learning responsibility and a healthy work ethic.

